

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Agar UMKM di Indonesia dapat berkembang, transformasi digital sangatlah penting [1]. Untuk meningkatkan kesadaran merek dan mempertahankan loyalitas pelanggan, metode pemasaran digital yang efektif melalui *branding* daring seperti media sosial dan situs web juga esensial [2]. Namun, UMKM Indonesia sering kali kurang memiliki arahan strategis saat menerapkan transformasi digital, yang menyebabkan banyak pemilik usaha mengadopsi teknologi secara terpisah-pisah dan reaktif [3]. Bagi banyak UMKM, hambatan utama dalam mengoptimalkan digitalisasi, seperti literasi digital yang kurang memadai, keterbatasan akses terhadap infrastruktur teknologi, dan biaya adopsi yang tinggi [4].

PT Dwimitra Jaya Abadi (PT DJA) adalah perusahaan manufaktur presisi yang menyediakan layanan *engineering* seperti pembubutan, pemesinan, *hobbing* dan lainnya. Produk utamanya meliputi *spur gear main shaft* untuk *screw press* dan *pinion/rack gears*. PT DJA masih menggunakan komunikasi *WhatsApp* manual untuk operasional *business-to-business* (B2B)-nya, termasuk pelacakan pesanan, konsultasi teknik, dan permintaan penawaran harga. Tumpukan pesan menyebabkan inefisiensi operasional, seperti kecenderungan percakapan terlewatkan dan kebutuhan pelanggan untuk sering menanyakan status pesanan mereka. Selain itu, PT DJA harus terus-menerus menjelaskan layanannya kepada calon pelanggan karena tidak adanya katalog digital. Kurangnya kehadiran digital perusahaan juga membuatnya kurang kompetitif dalam proyek berskala besar dan menghalangi perusahaan untuk mendapatkan klien yang lebih luas. Salah satu cara mengatasi kesenjangan digital ini adalah dengan membuat platform web profil perusahaan yang dilengkapi dengan fitur-fitur untuk memfasilitasi operasional B2B dan akses operasional bisnis [5].

Untuk memecahkan masalah operasional serta eksposur tersebut, PT DJA membutuhkan solusi berbasis web yang dirancang khusus untuk mendukung siklus operasional B2B. Platform tersebut harus mampu mendigitalkan prosedur layanan pelanggan serta menampilkan portofolio proyek perusahaan dan inventaris barang-barang permesinan, yang memperkuat citra profesionalnya [6]. Memiliki situs web mandiri menjamin kontrol penuh atas keamanan data operasional pelanggan dan kebebasan dalam

menyusun prosedur operasional, berbeda dengan hanya mengandalkan media sosial, yang kemampuannya terbatas pada periklanan.

Sistem web B2B yang dibangun ini akan mendukung seluruh interaksi pelanggan secara daring, mulai dari pengiriman formulir permintaan informasi beserta spesifikasi komponen, persiapan dan penerimaan penawaran harga, hingga pemantauan status produksi dan pengiriman pesanan. Digitalisasi tata kelola pesanan ini dapat memposisikan PT DJA sebagai perusahaan terdepan yang menawarkan efisiensi, kecepatan, dan transparansi kepada para kliennya berkat digitalisasi administrasi pesanan. Selain itu, proyek teknis ini membantu menutup kesenjangan teknologi informasi di sektor manufaktur menengah, yang secara historis terlalu menekankan pada lini produksi fisik daripada prosedur dukungan purna jual bagi pelanggan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah dalam Tugas Akhir ini adalah:

1. Proses penanganan *inquiry*, pembuatan kuota, hingga pelacakan pesanan masih menggunakan pertukaran pesan manual yang lambat, rentan tidak tercatat, dan menyulitkan klien memantau progres produksi secara transparan.
2. PT DJA tidak memiliki representasi digital resmi yang mampu memperkuat kredibilitas B2B dan menjangkau lebih banyak pangsa pasar korporat di internet.

1.3 Tujuan

Tujuan dari Tugas Akhir ini adalah:

1. Membangun sistem operasional B2B berbasis web untuk perusahaan, di mana pelanggan dapat mengajukan permintaan kustomisasi, mengonfirmasi kuota penawaran, serta melacak status pengerjaan komponen secara *real-time*.
2. Merancang dan mengembangkan situs web profil dan portofolio perusahaan sebagai identitas digital resmi PT Dwimitra Jaya Abadi.

1.4 Manfaat

Manfaat yang diperoleh melalui pengembangan sistem ini adalah:

1. Digitalisasi proses *inquiry* menciptakan efisiensi kerja admin, mempercepat siklus respons penawaran, serta memberikan pengalaman pelacakan pesanan yang lebih mudah dan terstruktur bagi klien PT DJA.

2. PT DJA mendapatkan sarana digital yang efektif untuk menunjukkan kapabilitas manufaktur (portofolio) guna meraih kepercayaan klien korporat baru.

1.5 Ruang Lingkup

Ruang lingkup dari pengembangan situs web PT Dwimitra Jaya Abadi ini adalah:

1. Pengguna situs web terdiri dari pengunjung (umum/tamu), *member* (pelanggan), dan *admin* (pengelola situs web).
2. Fitur untuk pengunjung (*guest/member* tanpa *login*):
 - a. Mendapatkan informasi umum perusahaan, seperti misi dan visi perusahaan.
 - b. Menelusuri katalog produk, yang mencakup gambar dan detail untuk barang-barang seperti suku cadang mesin dan roda gigi lurus.
 - c. Melihat hasil pekerjaan yang telah diselesaikan di galeri proyek atau portofolio.
 - d. Mengakses informasi kontak perusahaan, jam operasional, dan detail layanan.
 - e. Mencari produk berdasarkan spesifikasi.
3. Fitur yang tersedia bagi *member* (pelanggan terdaftar):
 - a. Melakukan *inquiry* produk/layanan secara daring dan memantau perkembangannya.
 - b. Menyetujui penawaran harga dari administrator untuk dijadikan pesanan.
 - c. Memeriksa status dan riwayat pesanan.
 - d. Mendapatkan pemberitahuan otomatis tentang perubahan status pesanan (polling berkala setiap 30 detik).
 - e. Memperbarui detail kontak dan profil.
4. Fitur untuk *admin* (pengelola):
 - a. Mendapatkan akses penuh ke sistem *backend*, masuk sebagai *administrator*.
 - b. Mengunggah dan memperbarui katalog produk, galeri portofolio, dan data produk.
 - c. Menangani dan memverifikasi setiap permintaan pesanan yang diajukan oleh anggota.
 - d. Mereset kata sandi, kelola pengguna dan anggota, dll.
 - e. Melihat *dashboard admin*.
5. Pengembangan aplikasi *mobile* tidak termasuk dalam pengembangan sistem yang difokuskan pada *platform* web.
6. Sistem ini menggunakan studi kasus dan data *dummy* sesuai dengan spesifikasi PT Dwimitra Jaya Abadi.
7. Dengan rangkaian fitur minimal yang disebutkan di atas, versi akhir sistem yang dihasilkan merupakan sistem informasi B2B berbasis web.